

Kultureller Ankerort und Begegnungsstätte

Über die Vielfalt von Buchhandlungen und ihre Funktionen

geschrieben von Maria Meibohm

Die deutsche Buchhandelslandschaft ist vielfältig und im internationalen Vergleich bemerkenswert. Rund 4.500 Buchhandlungen – darunter Filialen, Bahnhofsbuchhandlungen und Shops an Flughäfen – sowie viele tausend weitere Verkaufsstellen prägen das Bild. Heute kann man Bücher auch an Tankstellen, in Supermärkten, Drogerien oder Zeitungskiosken kaufen. Bücher sind – nicht zuletzt durch Social Media – allgegenwärtig. Es gibt klassische Sortimentsbuchhandlungen in unterschiedlichen Größen, ob inhabergeführt oder als Teil einer Filialkette, dazu Fachbuchhandlungen und gut sortierte Allgemeinsortimente, vor allem in Ballungsräumen. Ein Blick in die Landeshauptstädte zeigt die Vielfalt des Buchhandels: Kiezbuchhandlungen, Buchcafés, Kinderbuchläden, Krimibuchhandlungen oder spezialisierte Fachgeschäfte – die Bandbreite ist beeindruckend. Angeführt wird der stationäre Markt von Thalia und Hugendubel, die um die besten Lagen in den Innenstädten konkurrieren. Ein spürbarer Buch-Hype, getrieben von TikTok und dem Trend-Genre »New Adult«, sorgt nach der Coronazeit für eine neue Aufmerksamkeit auf lokale Händler. In vielen Städten entstehen neue, kleinere Buchhandlungen – häufig von jungen Gründerinnen und Gründern betrieben oder als gemeinschaftliches Projekt. Dennoch schließen immer mehr unabhängige Buchhandlungen, weil keine Nachfolge gefunden wird oder sie insolvent gehen. Um die Schließung zu verhindern, schließen sich heutzutage viele Buchhändler dem Partnermodell von Thalia an. Die bisherigen Inhaber und Mitarbeiter bleiben erhalten, nutzen aber diverse Thalia-Services, wie Onlineshop und Warenwirtschaft und behalten häufig auch den eigenen Namen der Buchhandlung, welches durch ein zartes »by Thalia« ergänzt wird. So wird die wirtschaftliche Basis gesichert und die lokale Versorgung mit Büchern aufrechterhalten – dies ist ein möglicher Weg, um dem Flächensterben entgegenzuwirken. Die Herausforderungen für den stationären Buchhandel sind groß: Steigende Mieten, Löhne, Energiepreise, eine angespannte Weltwirtschaftslage, veröden Innenstädte und eine teils spürbare Kaufzurückhaltung setzen den Händlerinnen und Händlern zu. Doch alle eint die Liebe zur Literatur. Das geschriebene Wort, eingefasst in zwei Buchdeckel, bleibt und ist ein wertvolles Kulturgut. Geschriebene Worte begleiten uns täglich – ob in Zeitungen, E-Mails, am Smartphone oder klassisch im Buch. Geschichten verbinden Menschen. Und Menschen verbinden Buchhandlungen mit Geschichten – sie sind kulturelle Ankerorte, offen für alle, Orte der Begegnung, Inspiration und Ruhe. Die Coronazeit hat jedoch vieles verändert. 2020 stand das Leben plötzlich still. Buchhandlungen mussten von heute auf morgen schließen. Unsicherheit, Ungewissheit und Sorge haben uns alle bewegt. Viele Läden organisierten kurzerhand Abhol- oder Lieferservices und versorgten die Nachbarschaft weiter mit Literatur. Der E-Commerce boomte, Social Media wurde intensiver genutzt denn je. Besonders junge Menschen entdeckten Plattformen wie TikTok und Instagram, um auf Bücher hinzuweisen, Empfehlungen auszusprechen, Eindrücke zu teilen. Hashtags wie #booktok und #bookstagram entwickelten eine enorme Kraft – für Verlage und Buchhandlungen gleichermaßen. Ein Hype war geboren, der bis heute anhält: Das Buch lebt. Der Buchhandel hat sich immer wieder gewandelt. Als in den 1990er Jahren die ersten E-Books auf den Markt kamen, wurde das Ende des stationären Handels vorausgesagt. Später sorgten Insolvenzen großer Buchketten aus den USA und Großbritannien für weitere Skepsis. Doch heute, nach über 35 Jahren E-Book-Geschichte und vielen Höhen und Tiefen in der Branche, zeigt sich: Beides hat seinen Platz. Viele Leserinnen und Leser kaufen sowohl digitale als auch gedruckte Bücher. Das Bewusstsein über die persönliche Kaufentscheidung hat eine große Tragkraft. Googelt man beispielsweise von daheim einen Buchtitel, landet man meist bei Thalia, Hugendubel oder Amazon. Doch nahezu jede Buchhandlung hat inzwischen einen eigenen Webshop. Technisch ist es heute für jeden Händler möglich, das Sortiment auch online darzustellen – viele Kundinnen und Kunden wissen das jedoch nicht oder nutzen diesen Service zu selten. Das Bewusstsein für den lokalen Handel ist vorhanden, aber im Alltag gewinnt oft

die bequemere Option auf dem Sofa: Amazon. Auch die Innenstädte haben sich verändert – besonders während und nach Corona. Wo früher Restaurants, Cafés und Geschäfte zum Bummeln einluden, klaffen heute oft Leerstände. Neue Konzepte scheitern, große Ketten ziehen sich zurück. Verödete Ecken führen zu sinkender Attraktivität – ein Teufelskreis. Eine Buchhandlung zu führen ist in der heutigen Zeit eine große Aufgabe mit individuellen Herausforderungen, je nach Standort. Fest steht jedoch, jede Stadt braucht ihre Buchhandlung – genauso wie den Bäcker oder Friseur. Buchhandlungen sind mehr als nur Verkaufsorte. Sie sind kulturelle Treffpunkte. Viele Buchhändler organisieren Lesungen, laden Autorinnen und Autoren ein, schaffen Begegnung. Hier lebt Kultur, hier entstehen Gespräche – über Geschichten, über das Leben.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 6/2025](#).